

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.59980>EDICIONES
COMPLUTENSE

Repercusión de la muerte de Fidel Castro en Santiago de Cuba. Aparición y evolución del *event* en las agendas política y mediática

Viviana Muñiz Zúñiga¹

Recibido: 17 de mayo de 2017 / Aceptado: 6 de noviembre de 2017

Resumen. La muerte de Fidel Castro el 25 de noviembre de 2016 impactó a la sociedad cubana, principalmente a los medios de comunicación encargados de brindar cobertura informativa al hecho. La presente investigación explica la relación entre las agendas política y mediática durante el acontecimiento en la provincia Santiago de Cuba, donde actualmente descansan las cenizas del líder revolucionario. Se utilizaron técnicas como el análisis de contenido, la correlación de Spearman, las entrevistas y los grupos de discusión con periodistas, para caracterizar la cobertura informativa del tema desde las experiencias de los profesionales que participaron en ella. El estudio explica las fases de evolución de este *event* en las agendas analizadas: la de irrupción del tema, permanencia en la agenda y decadencia y posible aparición de un nuevo objeto, lo que se visualiza a través de un diagrama que permite comprender el proceso en cada etapa.

Palabras clave: Agenda setting; evento; muerte de Fidel Castro; correlación de agendas; construcción de la agenda mediática.

[en] Repercussion of the death of Fidel Castro in Santiago de Cuba. Appearance and evolution of the event in the political and media agendas

Abstract. The death of Fidel Castro on November 25, 2016 impacted Cuban society, mainly the media responsible for providing information coverage to the event. This research explains the relationship between the political and media agendas during the event in the province of Santiago de Cuba, where the ashes of the revolutionary leader now rest. Techniques such as content analysis, Spearman correlation, interviews and discussion groups with journalists were used to characterize the information coverage of the topic from the experiences of the professionals who participated in it. The study explains the evolution phases of this event in the agendas analyzed: that of the irruption of the theme, permanence in the agenda and decay and possible appearance of a new object, which is visualized through a diagram that allows to understand the process in Each step.

Keywords: Agenda setting; event; death of Fidel Castro; correlation of agendas; construction of the media agenda.

Sumario. 1. Introducción. 2. Acercamiento teórico a la agenda setting; 2.1. Events y agenda setting; 2.2. Influencias sobre el contenido mediático informativo. 3. Metodología. 4. Resultados y discusión; 4.1. Características de la agenda política y mediática en Santiago de Cuba. Resultados previos; 4.2.

¹ Universidad de Oriente (Cuba)
E-mail: vivita@uo.edu.cu

Las agendas en el caso de la muerte de Fidel Castro; 4.3. Características de la cobertura informativa; 4.4. Evolución del event en las agendas. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Muñiz Zúñiga, Viviana (2018): "Repercusión de la muerte de Fidel Castro en Santiago de Cuba. Aparición y evolución del *event* en las agendas política y mediática", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24 (1), 797-816.

1. Introducción

Fidel Castro fue primer Secretario del Partido Comunista de Cuba² desde el año 1965 hasta el 2011, cuando su hermano Raúl Castro asumió el cargo hasta la actualidad. Fue el precursor de la Revolución cubana, protagonizando hechos trascendentales para la historia del país como el asalto al Cuartel Moncada, en Santiago de Cuba y la lucha rebelde en la Sierra Maestra, donde fue nombrado Comandante en Jefe.

El 25 de noviembre del 2016 a las 10:29 de la noche (hora de Cuba) falleció en La Habana, tras cumplir 90 años el 13 de agosto (solo tres meses antes). En la nación se decretó inmediatamente nueve días de Duelo Nacional³, y sus cenizas recorrieron la Isla durante cuatro días para que el pueblo cubano pudiera rendirle homenaje. El tres de diciembre fue despedido por los santiagueros, sus familiares y presidentes de otros países de América Latina⁴ en la Plaza Antonio Maceo, de Santiago de Cuba. Al otro día sus cenizas fueron depositadas en el cementerio Santa Ifigenia, ubicado en la ciudad.

Durante los días del duelo decretado por el Consejo de Estado, los medios de comunicación del país transmitieron una programación especial para recordar la trayectoria de vida del Comandante. Muchos encadenaron su señal a La Habana para comentar en vivo el paso de la caravana que transportaba sus restos por toda Cuba, hasta llegar a la también conocida como Ciudad Héroe. Mientras el mundo entero se hacía eco de la noticia, que ocupó los titulares en *The New York Times*, *The Washington Post*, *Le Monde*, *La Repubblica*, *Franffurter Allgemeine*, y *El Universal*, otros medios extranjeros como *El nuevo Herald* y *La Prensa* resaltaron que los medios cubanos no estaban preparados para cubrir la noticia, y que reaccionaron con lentitud ante el hecho.

¿Cómo los medios cubanos respondieron ante el repentino fallecimiento de Fidel Castro? ¿Cómo lograron reconfigurar sus agendas para tratar un tema tan delicado para el país? Estas interrogantes sirven como punto de partida para la presente investigación, que abordará el objeto de estudio tomando como base a la

² El artículo 5 del Capítulo I de la Constitución de la República establece que "El Partido Comunista de Cuba, marxista y marxista-leninista, vanguardia organizada de la nación cubana, es la fuerza dirigente superior de la Sociedad y el Estado, que organiza y orienta los esfuerzos comunes hacia los altos fines de la construcción del socialismo y el avance hacia la sociedad comunista".

³ Durante la vigencia del Duelo Nacional cesan las actividades y espectáculos públicos, se iza la bandera nacional a media asta en los edificios públicos y establecimientos militares., y la radio y la televisión mantienen una programación informativa, patriótica e histórica.

⁴ Entre ellos Nicolás Maduro –Venezuela-, Daniel Ortega –Nicaragua-, Evo Morales –Bolivia-, Denis Sassou-Nguesso –Congo-, Malatu Teshome –Etiopía-, Alfred Marie-Jeanne –presidente del Consejo Regional de La Martinica- y los ex mandatarios, Luiz Inacio Lula da Silva y Dilma Rousseff, de Brasil.

teoría de la agenda setting, para evaluar cómo este *event* logró ocupar los primeros lugares de las agendas mediáticas, a partir de un estudio de casos en la provincia Santiago de Cuba, lugar donde fueron depositadas sus cenizas.

La importancia de la investigación radica no solo en mostrar a través de correlaciones estadísticas la reacción de los medios cubanos ante la muerte de Castro, sino en arrojar algunas luces sobre la evolución de los temas eventuales en las agendas mediáticas del país, constituyendo el primer estudio de este tipo. Asimismo, se explicarán las posibles mediaciones que influyeron en el proceso de construcción de la noticia, a partir del modelo de jerarquía de influencias de Shoemaker y Reese (2016). Estos elementos no son solo importantes en el orden práctico sino metodológico, pues se explicará cómo el *event* fue evolucionando en la agenda hasta convertirse en un objeto más, cuánto tiempo transcurrió para que esto ocurriera, y cómo la agenda política influyó en la distribución de las prioridades temáticas informativas.

Para ello se plantea como problema de investigación ¿Qué comportamiento presentaron las agendas política y mediática en Santiago de Cuba ante la muerte del ex presidente cubano Fidel Castro? El objetivo general del trabajo es Explicar la evolución temática de la muerte del ex presidente cubano Fidel Castro en las agendas política y mediática de Santiago de Cuba. Se desarrolló un estudio mixto basado en un diseño concurrente de investigación (Hernández, Collado y Baptista, 2014), como parte del cual se recopilaron los datos cuantitativos y cualitativos en el mismo período de tiempo, para generar inferencias sobre estos posteriormente.

2. Acercamiento teórico a la agenda setting

A casi 50 años de su surgimiento como teoría, la agenda setting provee el marco de análisis para la explicación de la transferencia de relevancia temática de una agenda a otra (McCombs y Stroud, 2014; McCombs y Valenzuela, 2014; Neuman et.al. 2014; Atkinson, Lovett y Baumgartner, 2014).

En el ensayo “New Directions in Agenda-Setting. Theory and Research”, McCombs, Shaw y Weaver (2014), realizan un balance de la teoría de la agenda setting a partir de los hallazgos más importantes durante su evolución. En ese sentido explican siete facetas de estudio que se enuncian a continuación:

- Agenda setting básica: estudio del impacto de la agenda mediática en la agenda pública atendiendo a la relevancia de los objetos (primer nivel de la agenda).
- Agenda de atributos: el impacto de los medios en el público atendiendo a la relevancia de los atributos de esos objetos (segundo nivel de la agenda).
- Agenda setting en red (Network Agenda Setting): impacto de la red de agenda setting de los medios en el público a nivel de objetos y atributos (tercer nivel de la agenda).
- Concepto de necesidad de orientación, que permite explicar desde el punto de vista psicológico la actitud de las personas respecto a los medios.
- Consecuencias del establecimiento de la agenda en tres dimensiones o niveles: actitudes, opiniones y comportamiento.

- Formación de la agenda de los medios, incluyendo el estudio del ambiente cultural e ideológico de las fuentes noticiosas, las normas y rutinas del periodismo, y las características individuales de los periodistas.
- Agenda Melding: la manera en que las personas imbrican las agendas mediáticas con aquellas pertenecientes a grupos sociales a los que pertenecen.

De esta manera, McCombs, Shaw y Weaver (2014) señalan que la investigación contemporánea sobre la agenda setting sigue basándose en la influencia mediática, y se caracteriza por dos tendencias: una centrífuga, que se extiende a dominios más allá del enfoque original en los asuntos públicos; y una tendencia centrípeta, que profundiza en los conceptos centrales de la teoría (Guo y McCombs, 2015). Ambas tendencias refuerzan el papel social clave para los medios de comunicación en la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos.

McCombs y Valenzuela (2014) declaran que la unidad de análisis para cada agenda es un objeto, que constituyen temas de presencia requerida (McCombs y Shaw, 1993; McCombs, Llamas, López-Escobar y Rey, 1997; Valenzuela y Correa, 2006). Tras una revisión de artículos científicos sobre el tema (Dearing y Rogers, 1996; Valenzuela y Correa, 2006; McCombs y Valenzuela, 2014) se observó que entre los elementos primordiales a resaltar sobre esta categoría figuran su persistencia en el tiempo, la importancia que le otorgan los medios, políticos y público durante un período prolongado, y su facilidad de aglutinación en macrocategorías generalmente excluyentes entre sí. Existe un consenso generalizado en cuanto a la clasificación de los objetos, hallándose los temas permanentes en el tiempo (*issues*), y otros acontecimientos eventuales (*events*) que, si bien pueden formar parte del listado de asuntos de los medios, ocurren de forma precisa, son variables y no se centran en un tiempo o espacio concreto.

Los objetos se enriquecen con determinados atributos (características, peculiaridades, juicios) que otorgan sentido final a esa imagen. El atributo remite a los “*elementos subjetivos, calificativos de opinión y comentarios que dan prominencia a un asunto*” (Rodríguez, 2004, p. 65). Para su estudio los atributos se operacionalizan en dos dimensiones: sustantiva y afectiva. La primera de ellas alude a las particularidades de un tema, sus rasgos más destacados. En tanto la dimensión afectiva hace referencia a las categorías cognitivas y de actitud más generales, que definen la manera en que se piensa sobre una temática o problema, y se resume en las categorías de actitud positiva, neutra o negativa (Rodríguez, 2004; Gallego y Rosabal, 2013; McCombs y Valenzuela, 2014).

2.1. *Events* y agenda setting

La literatura sobre el establecimiento de la agenda (Cobb y Elder, 1983; Dader, 1990; McCombs y Shaw, 1993; McCombs, 2006; Aruguete, 2010) sugiere que las instituciones sociales y el sistema político no dedican una atención constante a todas las cuestiones posibles ante ellos, de modo que los problemas -y sus soluciones- deben competir por la atención a estos niveles.

Centrarse en nuevos eventos puede llevar a los grupos de interés, líderes gubernamentales, medios de comunicación o miembros del público a identificar nuevos problemas o prestar mayor atención a los problemas existentes que

anteriormente se percibían como inactivos (Birkland, 1997, 2016). Ello no solo supondría cambios en las políticas públicas respecto al manejo de dichos asuntos, sino a una reacción por parte de determinados grupos sociales para solventar el problema y prestar ayuda a las personas damnificadas.

En ese sentido, los investigadores (Jensen, 2011; Birkland, 2013) apuntan que, en los últimos quince o veinte años, los grandes desastres naturales y acontecimientos imprevistos se han convertido en puntos sensibles a la focalización para la comunidad científica y social. Autores como Papacharissi (2009), Parker et.al. (2009) y Tomlinson (2016) han abordado la repercusión del tema en diferentes agendas, tomando como referencia en algunos casos la reacción de las instituciones políticas para su manejo.

A este tipo de temas se les conoce como *focusing events* (focalización de temas⁵), y constituyen una oportunidad para que las instituciones sociales y los medios de comunicación tomen acciones para mitigar de alguna forma sus efectos. Para Kingdon (2003) estos asuntos tienen un efecto denominado *bowling over* (rodamiento⁶), como parte del cual son capaces de “aplantar” a otros temas que se encuentran previamente posicionados en las agendas.

Según otros teóricos de la agenda setting (Casermeiro, 2004; Rodríguez, 2004; McCombs, 2006) los *events* constituyen temas poco constantes en la jerarquización temática, que suelen desplazar los focos de atención hacia otros tópicos cuya frecuencia de mención no es usualmente alta.

Ambas concepciones son similares, aunque la primera tendencia investigativa (Birkland, 2016) refuerza el estudio de las agendas políticas y su capacidad de reaccionar ante las demandas (fundamentalmente materiales y de orientación) de las personas. En tanto, el concepto de *event*, como hecho noticioso que modifica la composición de una agenda mediática particularmente, no ha sido ampliamente desarrollado. En una dirección generalizada, las dos tendencias se encuentran sobre la misma línea de pensamiento, si bien una se centra en el efecto en las personas directamente y en las políticas públicas en general; y la otra busca explicar cómo las agendas modifican su composición de acuerdo a ello (Warnement, 2015).

Por tanto, en la categoría de *event* se incluyen aquellos temas que no suelen aparecer en las agendas, como catástrofes naturales o industriales, muertes, accidentes, entre otros. Según Rodríguez (2004) la limitación temporal-espacial de los *events* es relativa, pues según su grado de importancia y/o alcance este puede establecerse de forma permanente en la agenda creando un nuevo objeto (*emergence*).

Kingdon (2003) explica que un tema de este tipo tiene cuatro características fundamentales (Birkland, 1997; Kingdon, 2003): repentino; que puede revelar daños posteriores o futuros; se concentran en un área geográfica determinada o comunidad con algún interés común; y es percibido por las instituciones políticas y el público simultáneamente. El autor destaca que el poder detrás de los *events* radica en la agregación de sus daños. Esta concepción está estrechamente ligada a los estudios que otros autores han realizado sobre la prominencia que adquiere un trabajo periodístico sobre otro atendiendo a los valores noticia que estos posean

⁵ Traducción de la autora.

⁶ Traducción de la autora.

(Martini, 2000; Clavero, 2016; Meléndez, 2016), lo que indica que la focalización de un determinado hecho noticioso sobre otro estará en dependencia de los elementos que lo enriquezcan frente a otro que se encuentra en el mismo listado temático. Esa es la razón por la cual un *event* (de acuerdo a su naturaleza y grado de alcance) puede desplazar a un objeto previamente establecido en el listado temático.

Las investigaciones previas que estudiaron los *events* han analizado el efecto de estos temas en el cambio de las agendas o en el cambio de políticas (Kingdon, 2003; Birkland 1997; Cobb y Primo, 2003). Ello indica que para poder entender el efecto de un *event*, es necesario ponerlo en contexto, relacionándolo con otros objetos presentes en la agenda.

Sin embargo cabría preguntarse: ¿Puede un *event* impactar todas las agendas mediáticas a la vez? ¿Cómo reaccionan las agendas mediáticas ante esta irrupción? Algunas investigaciones relacionadas con la Intermedia Agenda Setting (Jang, Park y Lee, 2016; Sjøvaag et al., 2016; Vargo y Guo, 2017) explican cómo se relacionan de una u otra forma los objetos en sus listados temáticos; aunque no detallan el ciclo por el que atraviesan los *events* una vez que aparecen en la agenda. Si bien los resultados indican que existe una alta probabilidad de que exista la misma transferencia del *events* entre los medios (siempre que estos estén contextual, cultural o geográficamente relacionados).

2.2. Influencias sobre el contenido mediático informativo

La construcción de la agenda de los medios se analiza a partir de la influencia de fuentes políticas e institucionales, utilizando para ello dos modelos que explican niveles de influencia sobre el contenido mediático: el Modelo de las Capas de la Cebolla (McCombs, 1993) y el Modelo de Jerarquía de Influencias (Shoemaker y Reese, 2016). Estas investigaciones se corresponden a la cuarta fase de desarrollo de la agenda setting, conocida como agenda building.

El Modelo de jerarquía de influencias (Shoemaker y Reese, 2016) permite explicar cómo se conforma la agenda de los medios a partir de niveles mutuamente incluyentes entre sí: individual, de procedimientos de los medios, organizacional, las instituciones sociales y el sistema social (Meléndez, 2016; Boehmer, Carpenter & Fico, 2017; Xu & Jin, 2017). La jerarquía según la cual los autores disponen los elementos que influyen en el proceso de producción de noticias y en los contenidos que reciben las audiencias, se deja bien claro que el contenido de los medios es un producto socialmente creado, no un reflejo de una realidad objetiva.

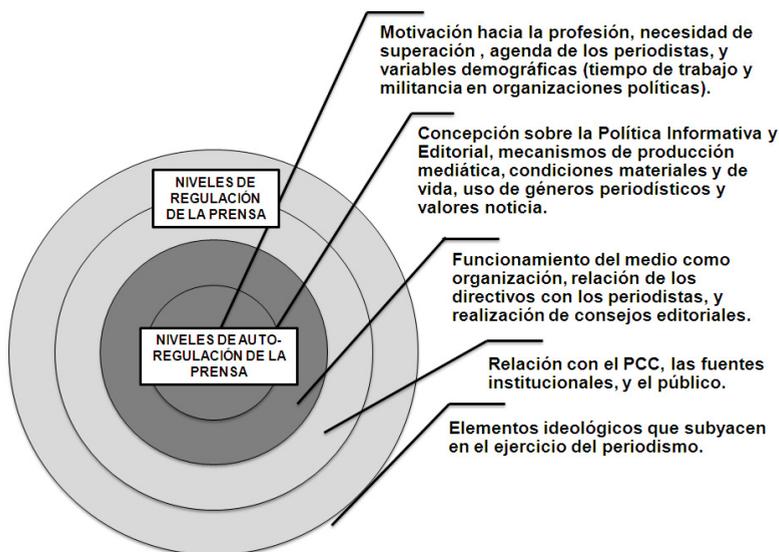
En Cuba se han introducido algunos elementos que resultan de vital importancia en la comprensión de la construcción de la agenda mediática, realizados principalmente por el investigador Julio García (2013), quien establece dos macro categorías que pueden fusionarse con las planteadas por Shoemaker y Reese (2016): regulación y autorregulación de la prensa. La regulación “actúa sobre los contenidos de la prensa de manera indirecta, al influir en el contexto de la comunicación” (p. 81). En tanto, la autorregulación “actúa sobre los contenidos de forma directa, mediante los instrumentos normativos y de funcionamiento interno de los medios” (p. 81).

El autor concibe el modelo de regulación de la prensa cubana a partir de la teoría de los sistemas, en la cual los órganos de prensa constituyen sistemas abiertos que interactúan con otros sistemas del entorno. Evidentemente el modelo de prensa cubano está implícito en el sistema social en el cual actúa, y se encuentra vinculado al carácter de la propiedad sobre los medios, a la naturaleza del sistema político, al ordenamiento legal, la ideología dominante, y a la cultura y hábitos sedimentados en el devenir histórico de Cuba (García, 2013).

De esta manera los procesos de regulación incluirían niveles como las instituciones sociales y el sistema social, que explican la relación entre los medios y mecanismos regulatorios externos, que en el caso cubano permitiría delimitar el alcance de la Política Informativa y la Política Editorial, la labor del Partido Comunista de Cuba, de organismos y organizaciones de masas, entre otros actores sociales; y los procesos de autorregulación comprenden los niveles individual, de procedimientos de los medios y organizacional, a partir del estudio de la cultura profesional de los periodistas, las características de los medios como organizaciones mediáticas, entre otras.

Estos hallazgos permiten delimitar un modelo de análisis de las influencias sobre el contenido mediático aplicado al caso cubano, teniendo en cuenta las características del sistema mediático, las relaciones que se establecen entre las fuentes institucionales y los medios en la esfera pública, así como las manifestaciones estudiadas en cuanto a la práctica de la profesión periodística.

Figura 1. Modelo de análisis de las influencias sobre el contenido mediático aplicado al caso cubano (Fuente: Elaboración propia)



El esquema incluye cinco niveles de análisis agrupados según las categorías de regulación y autorregulación de la prensa (García, 2013), que proveen marcos de interpretación más contextualizados a la realidad cubana. Estos niveles se diferencian a partir de los postulados que explican los autores acerca de la importancia de la autorregulación y su influencia directa sobre el contenido mediático, y de la regulación y su influencia indirecta sobre estos.

3. Metodología

De acuerdo con la implementación del diseño mixto de investigación, se utilizaron los métodos de Análisis-síntesis, para la sistematización y contraste de las diferentes perspectivas teóricas analizadas (la agenda setting, la Intermedia Agenda Setting y los *events*); y el método Inductivo-deductivo, para el análisis de los elementos generales y su particularización en el contexto cubano, como el estudio de los *events* y su desarrollo en las agendas.

Asimismo, se emplearon técnicas cuantitativas como el análisis de contenido, realizado para medir las agendas política y mediática en la provincia. Para medir la agenda política se evaluaron las prioridades temáticas que emitió el Partido Comunista de Cuba para el tratamiento de la muerte de Fidel Castro en la provincia, a través de las reuniones semanales con los directores de los medios de comunicación. Para determinar la agenda mediática se analizaron las agendas de los tres órganos de prensa provinciales: el periódico Sierra Maestra, la emisora CMKC y el telecentro Tele Turquino.

La técnica de análisis de contenido se aplicó una semana antes de la muerte (semana 0) y tres semanas después del hecho, para determinar cómo se modificaron esas agendas desde el punto de vista temático, y las correlaciones estadísticas correspondientes. Para ello se calculó el coeficiente de correlación de Spearman, tradicionalmente utilizado en estudios sobre agenda (McCombs, 2006).

Los resultados cuantitativos se triangularon con la aplicación de técnicas cualitativas, como grupos de discusión y entrevistas. Se aplicaron tres grupos de discusión (uno en cada medio de comunicación) y 21 entrevistas a periodistas que participaron en la cobertura del tema para los medios de comunicación de la provincia. Ambas técnicas se utilizaron para determinar los niveles de mediación presentes en el proceso de construcción de la agenda.

4. Resultados y discusión

4.1. Características de la agenda política y mediática en Santiago de Cuba. Resultados previos

La construcción de la agenda mediática constituye la línea investigativa más desarrollada sobre agenda setting en Cuba, lo que ha sido refrendado por algunos autores (Gallego, 2015; 2016) como un marcado análisis mediocentrista. Ello en cierta medida constituye una ventaja, pues ha permitido sistematizar algunas pautas

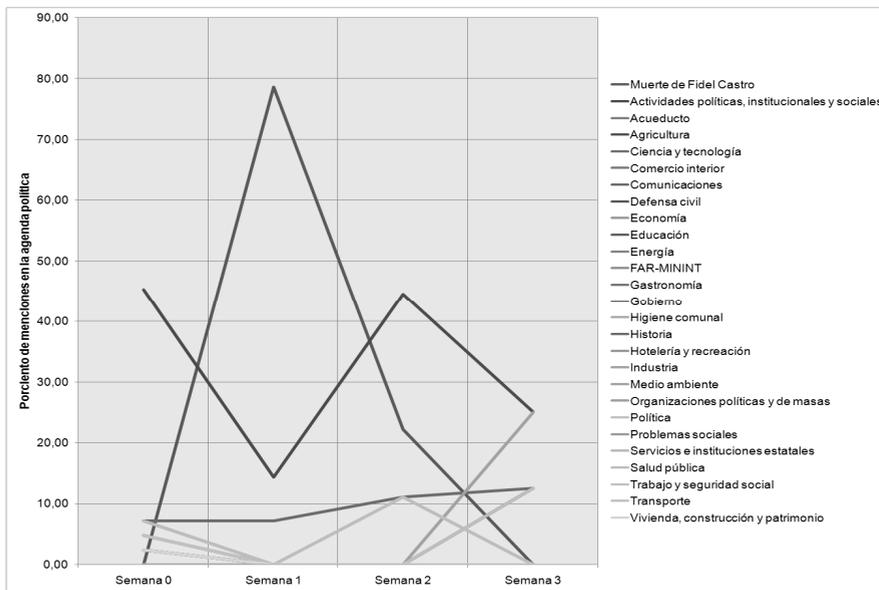
desde el punto de vista teórico y metodológico acerca de la relación entre las fuentes institucionales y los medios:

- Se ha constatado la existencia de un proceso de construcción de la agenda con características estructurales y funcionales similares, tanto en medios provinciales (Colgunga, 2011; Fonseca, 2011; Muñiz y Fonseca, 2017), como nacionales (Gallego y Rosabal, 2010).
- Se ha determinado la influencia de la agenda política en la formación de las agendas de los medios a nivel correlativo, encontrándose valores estadísticamente significativos que muestran la transferencia verticalista de objetos y atributos en sus dimensiones (Muñiz y Fonseca, 2017).
- Se ha evaluado que las agendas de los medios tienen carácter cíclico, y sus temas son endógenos porque provienen mayormente de fuentes institucionales (Muñiz y Fonseca, 2016).
- Existen altas correlaciones entre los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba a nivel de objetos y atributos, lo que está determinado por características de dichas agendas: priorizan temas relacionados con actos, asambleas, aniversarios históricos, que influyen directamente en la pobre jerarquización de otros de interés social (Muñiz y Fonseca, 2016).
- El sistema mediático cubano se caracteriza por su subordinación directa al Partido Comunista de Cuba, que dirige en términos políticos de orientación, control, ayuda y trabajo con los cuadros de dirección (García, 2013). Además, cada órgano de prensa responde a una determinada organización o institución, con una dirección con las máximas atribuciones ejecutivas en la decisión de lo que se publica.
- Ello determina que el proceso de construcción de la agenda mediática tenga como eslabón principal al Comité Central del Partido, que elabora u orienta Objetivos de Trabajo Político Ideológico que rigen la Política Informativa. Esta Política, que no se encuentra contenida en un documento específico, podría considerarse como la traducción de la agenda del sistema político a la prensa (García, 2013). Como adaptación de la Política Informativa a los medios se encuentra lo que se denomina como Política Editorial, definida por tres elementos esenciales: el perfil editorial del órgano, la carta de estilo y la planificación temática. A ese proceso de construcción de la agenda mediática se suma la influencia gubernamental (Consejos de Administración) y de las instituciones y organizaciones políticas y de masas. Este proceso de conformación de las prioridades temáticas informativas en los medios santiagueros sirve para ilustrar un fenómeno social con un funcionamiento particular en el caso de la prensa en el país.

4.2. Las agendas en el caso de la muerte de Fidel Castro

Para caracterizar el tratamiento mediático de la muerte de Fidel Castro primeramente es preciso analizar la composición de la agenda política en ese período, debido al funcionamiento del sistema mediático cubano explicado previamente. En este sentido, se determinaron algunos elementos importantes que pueden visualizarse en la figura 2:

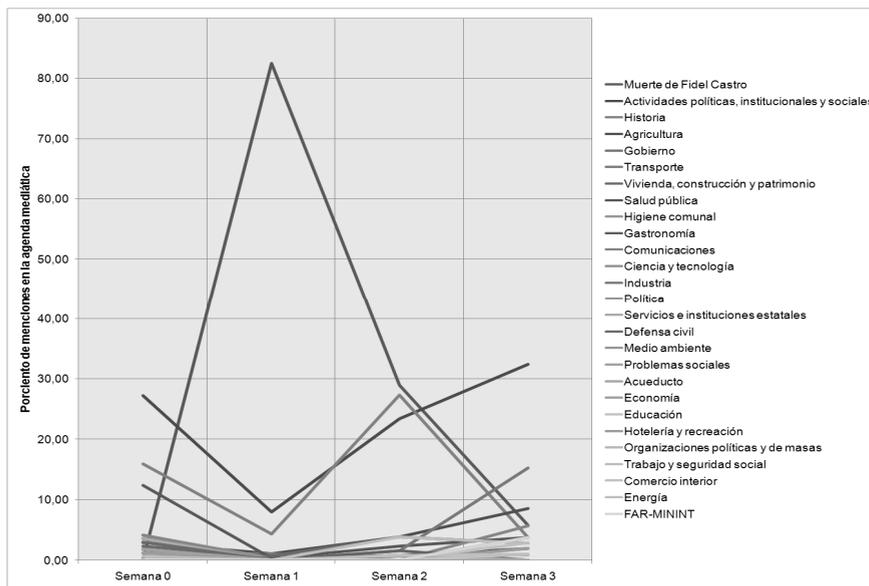
Figura 2. Patrón de tratamiento temático de la muerte de Fidel Castro en la agenda política (Fuente: Elaboración propia)



- Durante la semana previa a la muerte de Castro, la agenda política priorizó objetos como las Actividades políticas, institucionales y sociales (45,24%), la Historia (7,14%), y los Problemas sociales y la Salud pública (7,14% respectivamente). Ello se corresponde con mediciones anteriores efectuadas a esta agenda, que muestran una regularidad en cuanto al tratamiento temático de asuntos institucionales y gubernamentales. Dichos objetos fueron enfocados desde una perspectiva mayormente positiva, a excepción de los Problemas sociales, tratados desde un enfoque neutro.

- En esta misma semana, la agenda mediática de la provincia (sumatoria de las agendas mediáticas de los órganos de prensa evaluados) también priorizaron las Actividades políticas, institucionales y sociales (27,22%), la Historia (15,98%), la Salud pública (12,43%), y las Comunicaciones e Higiene comunal (4,14% respectivamente). Como se observa en la figura 3 el tratamiento temático informativo en esta agenda coincide con el que ha sido determinado en otras investigaciones realizadas en la provincia, que hacen referencia a la simetría entre las agendas política y mediática en condiciones normales.

Figura 3. Patrón de tratamiento temático de la muerte de Fidel Castro en la agenda mediática (Fuente: Elaboración propia).



- Las agendas mediáticas del periódico Sierra Maestra, la emisora CMKC y el telecentro Tele Turquino se encontraban temáticamente sincronizadas antes de la muerte de Castro, al priorizar temas como las Actividades políticas, institucionales y sociales (31,25% en Sierra Maestra, 34,72% en CMKC y 16,92% en Tele Turquino), y la Salud pública (12,5% en Sierra Maestra, 16,66% en CMKC y 7,69% en Tele Turquino). A pesar de ello, las correlaciones calculadas fueron poco concluyentes al oscilar entre altas (0,76 entre Tele Turquino y Sierra Maestra) y bajas (0,36 entre Sierra Maestra y CMKC, y 0,32 entre CMKC y Tele Turquino). Estas tres particularidades de las agendas durante la semana previa al suceso, se pueden constatar también a partir del cálculo de la correlación de Spearman, que arrojó valores significativos en el nivel de objetos y atributos.

Tabla 1. Correlaciones entre las agendas política y mediática en Santiago de Cuba antes y después de la muerte de Fidel Castro (Fuente: Elaboración propia).

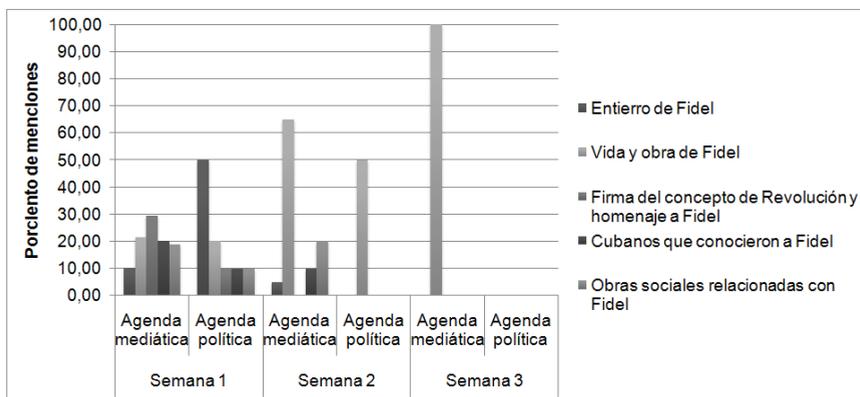
Agenda política- Agenda mediática general								
	Semana 0		Semana 1		Semana 2		Semana 3	
	Valor	Interp.	Valor	Interp.	Valor	Interp.	Valor	Interp.
Objetos	0,5415	Moderada	1,000	Perfecta	0,4472	Moderada	0,8799	Muy alta
Atributos sustantivos	0,4578	Moderada	0,0275	Muy baja	0,4045	Moderada	0,4922	Moderada
Atributos positivos	0,8208	Muy alta	No es posible		0,2582	Baja	No es posible	
Atributos neutros	0,7523	Alta	1,000	Perfecta	No es posible		0,866	Muy alta

La medición de las agendas antes del deceso de Castro permiten observar su mecanismo regular de funcionamiento, como parte del cual las agendas mediáticas poseen más o menos simetría temática entre sí, y la agenda política suele tener entre sus prioridades los mismos objetos que posteriormente abordan los medios de comunicación.

¿Qué sucede en las agendas cuando ocurre un *event* de este tipo? Esto se puede observar en las dos primeras figuras. Nótese que en la semana 1 (inmediatamente después del suceso) ocurren picos superiores de tratamiento temático, lo que demuestra que los medios santiagueros y las fuentes institucionales modificaron radicalmente sus agendas incluyendo un nuevo tema: la muerte de Fidel Castro, con cinco atributos sustantivos (el entierro, la firma del concepto de Revolución y el homenaje, los cubanos que conocieron a Fidel, la vida y obra del Comandante, y las obras sociales relacionadas con su mandato). De estos atributos solo permanece en la agenda mediática la Vida y obra de Fidel, pues los demás van disminuyendo de acuerdo con el contexto (evidentemente después del entierro y la firma del concepto de Revolución, que son hechos con un límite temporal, es normal que desaparezcan estos atributos y permanezcan otros que garanticen el posterior tratamiento del tema en las agendas).

La figura 4 muestra cómo evolucionaron cuantitativamente estos atributos en la agenda mediática y la agenda política:

Figura 4. Evolución de los atributos sustantivos del objeto Muerte de Fidel Castro en las agendas mediática y política (Fuente: Elaboración propia).



Como se observa en la figura 4, el tratamiento del *event* decae durante la segunda semana después de su ocurrencia, y vuelve a aumentar el porcentaje de menciones de otros objetos que se encontraban previamente en la agenda mediática. Esta particularidad también responde al hecho que la agenda es un listado temático limitado, por lo que cuando un objeto asciende otro debe descender, y viceversa, lo que permite explicar el comportamiento de la agenda mediática en la figura 3.

Esto se reflejó también en el aumento de la cantidad de trabajos periodísticos producidos por los tres medios: de 169 publicados durante la semana previa a 234

que salieron en la primera semana luego de la aparición del *event*, lo que indica que cuando este tipo de asuntos irrumpe en la agenda no solo se observa un desplazamiento del núcleo temático previamente establecido, sino un aumento de la producción periodística en torno a este, pues de esa cantidad de trabajos publicados en la primera semana, el 82,55% se correspondían con la muerte de Castro.

A nivel correlativo, las agendas política y mediática que se encontraban en una relación moderada, pasaron a tener una correlación perfecta en la primera semana, que igualmente decae durante las dos posteriores, atendiendo al posterior “regreso a la normalidad” de las agendas. La cantidad de trabajos periodísticos también va decayendo: 128 en la segunda semana y 105 en la tercera.

4.3. Características de la cobertura informativa

Para analizar la organización de la cobertura a la muerte de Fidel Castro, el proceso de construcción de la agenda mediática en este caso y las mediaciones o factores intervinientes en ello, es preciso observar cómo las habilidades profesionales se reflejan en las ideologías de los periodistas. Ante una situación informativa normal, los profesionales de alguna manera trabajan de forma rutinaria, acudiendo a recursos que ya están legitimados por una práctica regular. Sin embargo, ante un hecho inesperado los periodistas deben asumir procedimientos atípicos para gestionar y producir la información:

“Fue un cambio en nuestra rutina, todos los periodistas nos movilizamos y cubrimos en vivo todo lo que se realizó en la provincia. También desde nuestro sector realizamos importantes trabajos llevando al aire el sentir de las personas. En ese momento Fidel era la noticia más importante y todo lo que estuviera relacionado en rendirle tributo lo era también” (Santiago Romero, emisora CMKC, comunicación personal, 16 de marzo de 2017).

“Este acontecimiento requería de una preparación muy fuerte. Había que contrastar información, replicar, discutir con argumentos. No era discutir por discutir, sino concentrarse en los porqués de cada cosa” (Odette Ramos, periódico Sierra Maestra, comunicación personal, 18 de marzo de 2017).

“Los periodistas se crecieron, mejoraron la calidad de sus trabajos investigativos, buscaron otras aristas que el diarismo quizás no permita pensar” (Brita García, Tele Turquino, comunicación personal, 20 de marzo de 2017).

Sin embargo, no es la primera vez que la provincia atraviesa por la irrupción de un hecho inesperado en las agendas política y mediática. Hace cinco años el huracán Sandy puso a prueba los mecanismos de producción periodística en medio de una ciudad completamente devastada por el meteoro y prácticamente sin comunicaciones. Dos *events* más marcaron el contexto de la provincia durante el último año: en enero de 2016 se produjo un enjambre de sismos que mantuvo a las autoridades de la Defensa Civil en alerta por la posible ocurrencia de un sismo de gran magnitud, y dos semanas antes de la muerte de Fidel Castro el huracán Matthew amenazaba con destruir la urbe. Estos hechos han ido modificando el

proceso de construcción de la agenda mediática en dos sentidos: uno relacionado con las habilidades profesionales de los periodistas, y otro relacionado con las rutinas de producción de los medios, que poseen un mecanismo de respuesta mucho más eficaz ante los *events* (aunque estos no sean de índole meteorológica). Respecto a ese mecanismo de respuesta evidenciado ante el deceso de Castro, es preciso delimitar algunos elementos que permiten caracterizar la cobertura a nivel procedimental, a partir de que:

- El proceso de construcción de la noticia, que transita por las fases de gestión, producción y socialización del material tuvo que agilizarse en función del contexto, que también demandó mayor profundidad en la interpretación.
- Los periodistas tuvieron que producir sus trabajos con la misma disponibilidad material que en condiciones normales.
- Tanto el sistema de la radio como el telecentro se encadenaron, y el periódico comenzó a salir de forma diaria, lo que demandó que los periodistas modificaran sus rutinas de recolección-selección del material.

Aunque la cobertura informativa a la muerte de Fidel Castro estuvo orientada desde instancias superiores (Partido Comunista de Cuba, entre otras), los periodistas sintieron la necesidad y el deber ético de reflejar a través de los medios lo que estaba ocurriendo en ese momento en el país y la provincia donde fueron depositadas las cenizas. Los criterios emitidos por los profesionales en las entrevistas revelan algunas características:

“Pasadas unas horas de la noticia fuimos convocados por las direcciones pertinentes, pero la programación de la emisora en esa madrugada fue cambiada espontáneamente, fue algo que se asumió sin todavía tener una orientación precisa. Luego la dirección del informativo y de la emisora diseñaron un plan con tareas sobre cómo sería la cobertura a parte de las propias iniciativas del periodistas” (Yordanis Blanco, emisora CMKC, comunicación personal, 16 de marzo de 2017).

“Lo primero que hicimos fue venir al medio, otros se pusieron en contacto con los directivos por si hacía falta cualquier cobertura. Hicimos muchas entrevistas a la población, sobre todo buscando expresiones, sentimientos. Posteriormente el periódico salió diario ese fin de semana, sábado, domingo y lunes” (Odette Ramos, periódico Sierra Maestra, comunicación personal, 18 de marzo de 2017).

“El telecentro dejó de tener programación propia y los periodistas tributamos directamente al canal nacional. Teníamos pases en la semana, y lo que hicimos fue organizar los pases y hacer trabajos periodísticos con temas específicos” (Brita García, Tele Turquino, comunicación personal, 20 de marzo de 2017).

El Comité Provincial del Partido y la dirección de cada medio de comunicación trazaron prioridades temáticas respecto al hecho teniendo en cuenta los trabajos propuestos por los periodistas. “Las orientaciones eran que no podíamos dejar espacios vacíos. Teníamos que multiplicarnos, estar en las redes sociales, trabajar

para el impreso, y sacar el periódico semanal de forma diaria” (Odette Ramos, periódico Sierra Maestra, comunicación personal, 18 de marzo de 2017).

Los periodistas entrevistados coinciden en que ante la coyuntura especial los medios respondieron rápidamente para brindarle información al pueblo, horizontalizando el proceso de construcción de la agenda mediática: “a los periodistas se le dio amplio perfil para publicar sus trabajos con sus iniciativas, cubrir lo que cada institución hacía para rendir tributo y lo que el pueblo sentía en ese momento” (Santiago Romero, emisora CMKC, comunicación personal, 16 de marzo de 2017).

A nivel organizacional se utilizaron los consejos de dirección para planificar el trabajo que se realizaría en cada medio: “en el caso del informativo se hicieron unas cuantas consultas, reuniones, se determinaron los directores de cada programa especial y quiénes iban a apoyar en cada espacio” (Yailén Aguilar, emisora CMKC, comunicación personal, 16 de marzo de 2017).

En cuanto a los géneros periodísticos utilizados se destacaron en cada medio la información, debido a la inmediatez del suceso, seguida de la entrevista y la crónica: “Se hizo información porque era todo muy rápido, e incluso las entrevistas eran muy cortas. Hubo más tiempo para el comentario, no tanto para el reportaje. Los comentarios de porqué la frase “yo soy Fidel”, las crónicas sobre la opinión del pueblo sobre la muerte del Comandante” (Luis Ángel Rondón, periódico Sierra Maestra, comunicación personal, 18 de marzo de 2017).

Los periodistas explicaron a través de los grupos de discusión cómo se retomó el tema de Fidel Castro tres meses después de su cumpleaños 90, período durante el cual había disminuido su tratamiento en los medios debido a las propias rutinas de producción y los temas que ya se encuentran establecidos a tratar en la agenda. Ello se corresponde con la modificación de criterios de noticiabilidad y valores noticia utilizados, entre ellos la inmediatez, la proximidad y el interés humano: “estábamos buscando esa sensibilidad de las personas respecto al hecho, nosotros también nos sentíamos mal, y así tuvimos que trabajar. Creo que en momentos como estos uno como periodista tiene mayor oportunidad de acercarse al pueblo, de compartir lo que siente” (Evelyn Lamarque, emisora CMKC, comunicación personal, 16 de marzo de 2017).

Luego del acontecimiento los medios de comunicación continuaron la cobertura mediática al tema, desplazando el interés hacia aspectos de la vida de Fidel Castro relacionados con la provincia: “el mayor reto para los periodistas santiagueros es poder reflejar la vigencia del pensamiento fidelista en el lugar donde reposan sus cenizas, y cómo el pueblo lo recuerda y rinde homenaje” (Luis Ángel Rondón, periódico Sierra Maestra, comunicación personal, 18 de marzo de 2017).

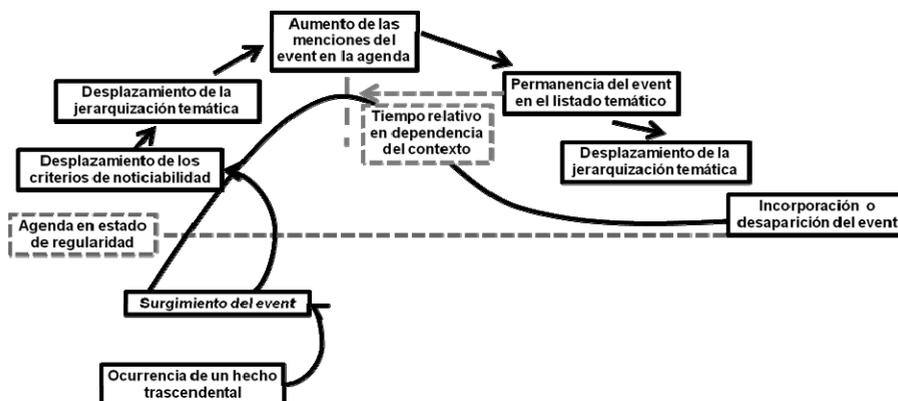
4.4. Evolución del *event* en las agendas

Los elementos analizados acerca de la muerte de Fidel Castro a partir del cálculo de las correlaciones de Spearman entre las agendas política y mediática, y el análisis de las características de la cobertura informativa a nivel cualitativo, permiten establecer que la aparición del *event* (como hecho anómalo, inmediato e impredecible en la agenda) supone:

1. Desplazamiento de los intereses informativos del medio de acuerdo con la modificación temporal de sus criterios de noticiabilidad y la jerarquización temática informativa.
2. Aumento de la cobertura periodística al *event* (lo que se expresa cuantitativamente a nivel de atributos en la agenda y cualitativamente a partir del propio criterio de los periodistas).
3. Modificación de los procesos de gestión, producción y socialización del material informativo a partir de la inmediatez que demanda el contexto, y las condiciones atípicas⁷ en las que debe elaborarse el material periodístico.
4. Regreso de la agenda a su estado de normalidad respecto a su comportamiento habitual (por ello es importante realizar la medición antes y después), de acuerdo al contexto en que se encuentra insertada y sus mecanismos regulares de funcionamiento.

De acuerdo con los datos analizados es posible delimitar las siguientes etapas por las que atraviesa un *event*, visualizadas en la figura 5:

Figura 5. Esquema de evolución del event en la agenda (Fuente: Elaboración propia).



El esquema muestra esencialmente tres procesos o etapas que caracterizan la emergencia del *event*: la irrupción en la agenda, la permanencia en esta durante un período de tiempo variable, y la decadencia del tema y posible aparición de un nuevo objeto:

1. Irrupción del tema en la agenda, provocado por la ocurrencia del hecho trascendental, geográfica, cultural y/o materialmente cercano a la experiencia y los intereses informativos del medio de comunicación, que lo convierte en un acontecimiento importante para brindarle cobertura periodística inmediata. En

⁷ Estas condiciones atípicas pueden ser de origen material (debido a la no disponibilidad de recursos para llevar a cabo el trabajo por varias razones) o de origen subjetivo (los periodistas se encuentran limitados de realizar su trabajo debido a que el suceso los afecta moralmente).

esta etapa se produce el desplazamiento temático y cuantitativo de la agenda, así como la modificación de sus criterios de noticiabilidad.

2. Permanencia del tema en la agenda, que puede durar en dependencia de su grado de repercusión inmediata sobre el contexto en que se inserta la agenda, y de acuerdo a sus intereses informativos. En esta etapa el *event* puede ocupar el primer lugar del listado temático y modificar los procesos de producción de la noticia al interior de los medios de comunicación: rutinas productivas, relaciones organizacionales y de jerarquía, interacción con las fuentes institucionales y el público.

3. Decadencia del *event* y (posible) aparición del objeto: Cuando el *event* permanece durante un período específico de tiempo, que puede variar de un caso a otro, su tratamiento y presencia cuantitativa en la agenda decae progresivamente (lo que igualmente puede variar en su duración) hasta convertirse en un objeto si su significación para el contexto lo amerita. No necesariamente esta última fase debe ocurrir: hay *events* que ocurren, permanecen y luego desaparecen con el tiempo de la agenda (como ha ocurrido en Cuba con los huracanes y otros eventos meteorológicos). Sin embargo, en el caso de la muerte de Fidel Castro, por su grado de importancia para el contexto social, cultural, político cubano, es altamente posible que el tema permanezca como objeto.

5. Conclusiones

La muerte de Fidel Castro constituyó un hecho trascendental para Cuba, movilizándolo a varios sectores de la sociedad incluyendo los medios de comunicación. La cobertura informativa que se desarrolló en torno al deceso del Comandante durante los nueve días del Duelo Nacional y después, estuvo enfocada hacia el entierro y el homenaje que rindieron los cubanos en todo el país, la firma del concepto de Revolución, las obras sociales vinculadas con Castro, y su legado como Líder Histórico. Esos atributos formaron parte del objeto Muerte de Fidel Castro, que apareció en la agenda al ocurrir el suceso de manera inmediata, permaneció durante dos semanas aproximadamente, y luego fue decayendo la cantidad de menciones hasta que las agendas evaluadas (mediática y política) regresaron a su estado habitual. Las correlaciones estadísticas entre ambas agendas permitieron demostrar la simetría temática que existe entre estas desde el punto de vista informativo, particularmente ante un hecho que de alguna forma desestabiliza la jerarquización temática.

Los periodistas de los medios de comunicación que participaron en la cobertura del hecho enfatizaron en las habilidades profesionales necesarias para afrontar el momento, contando incluso con los mismos recursos materiales. En los grupos de discusión fue posible determinar la forma en la que se organizó la recogida de información, los diferentes puntos y vías de transmisión (en el caso de la radio y la televisión), y cómo se horizontalizó el proceso de construcción de la agenda mediática a partir de una mayor participación de los periodistas y ciudadanos, lo que aún no se ha logrado completamente en las rutinas productivas habituales.

La medición de estas agendas durante la muerte de Castro permitió denotar tres etapas por las que atravesó el *event*: la de irrupción del tema a partir de la ocurrencia del hecho, la permanencia en la agenda, para lo cual es necesario que se modifiquen los criterios de noticiabilidad, varía la cantidad y géneros periodísticos de los trabajos publicados, y el desplazamiento de los núcleos temáticos previamente establecidos hacia el tratamiento del *event*, y por último, la desaparición del *event* y posible aparición de un nuevo objeto, en dependencia del contexto en que se inserta el medio de comunicación y el grado de repercusión que tiene el acontecimiento.

6. Referencias bibliográficas

- Aruguete, Natalia (2010): "Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting". *Ecós de la comunicación*, 2 (2), 11-38.
- Atkinson, Mary Layton; Lovett, John; and Baumgartner, Frank (2014): "Measuring the media agenda". *Political Communication*, 31 (2), 355-380.
- Birkland, Thomas (1997): *After disaster: Agenda setting, public policy, and focusing events*. Georgetown University Press.
- Birkland, Thomas (2013): "Disasters, Focusing Events and Sociolegal Studies". *Oñati Socio-legal Series* 3 (2), 363-377.
- Birkland, Thomas (2016): "Attention and natural disasters". *Handbook of Public Policy Agenda Setting*, 389.
- Boehmer, Jan; Carpenter, Serena; and Fico, Fred (2017): "Filling the Void: Non-profit news and factors affecting government conflict coverage". *Digital Journalism*, 5 (2), 1-20.
- Casermeyro, Alicia (2004): *Los medios en las elecciones: la Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires, Educa.
- Clavero, María Victoria (2016): "Agencias de noticias, su constante reinención como estrategia para enfrentar la competencia". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22 (1), 329-341.
- Cobb, Roger & Elder Charles (1983): *Participation in American Politics: The Dynamics of Agenda-Building*. Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- Cobb, Roger & Primo, David (2003): *The Plane Truth: Airline Crashes, the Media, and Transportation Policy*. Washington, Brookings Institution.
- Dader, José Luis (1990): *La canalización o fijación de la "agenda" por los medios. Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema Universidad.
- Dearing, James, & Rogers, Everett (1996): *Agenda-setting* (Vol. 6). Estados Unidos, Sage publications.
- Gallego, José Raúl y Rosabal, Arailaysi (2013): "Las cartas sobre la mesa: Un estudio sobre la relación entre agenda pública y mediática en Cuba: caso Granma". *Signo y Pensamiento*, 32 (62), 98-113.
- García, Julio (2013): *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. La Habana, Pablo de la Torre.
- Guo, Lei & McCombs, Maxwell (Eds., 2015): *The power of information networks: New directions for agenda setting* (Vol. 8). Routledge.
- Hernández, Roberto; Collado, Carlos; y Baptista, Pilar (2014): *Metodología de la Investigación* (Sexta edición). México, McGraw Hill.

- Jang, S Mo; Park, Yon Jin; and Lee, Hoon (2016): "Round-trip agenda setting: Tracking the intermedia process over time in the ice bucket challenge". *Journalism*, 18 (10), 1292-1308.
- Jensen, Charlotte (2011): "Focusing events, policy dictators and the dynamics of reform". *Policy Studies*, 32 (2), 143-158.
- Kingdon, John (2003): *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. 2nd ed. Longman Classics in Political Science. New York, Longman.
- Martini, Stella (2000): *Periodismo, noticia y noticiabilidad* (Vol. 4). Editorial Norma.
- McCombs, Maxwell & Valenzuela, Sebastián (2014): *Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions*. USA, Oxford Handbooks online.
- McCombs, Maxwell (2006): *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, Paidós.
- McCombs, Maxwell & Shaw, Donald (1993): "The evolution of agenda-setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas". *Journal of communication*, 43 (2), 58-67.
- McCombs, Maxwell & Stroud, Natalie (2014): "Psychology of Agenda-Setting Effects. Mapping the Paths of Information Processing". *Review of Communication Research*, 2 (1), 68-93.
- McCombs, Maxwell; Llamas, Juan Pablo; López-Escobar, Esteban; & Rey, Federico (1997): "Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74 (4), 703-717.
- McCombs, Maxwell; Shaw, Donald; & Weaver, David (2014): "New directions in agenda-setting theory and research". *Mass communication and society*, 17 (6), 781-802.
- Meléndez, Ernesto (2016): "El periodismo: una mirada desde la sociología de las noticias". *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 21 (42), 238-265.
- Papacharissi, Zizi (Ed., 2009): *Journalism and citizenship: new agendas in communication*. Routledge.
- Parker, Charles; Stern, Eric; Paglia, Eric; and Brown, Christer (2009): "Preventable catastrophe? The hurricane Katrina disaster revisited". *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 17 (4), 206-220.
- Rodríguez, Raquel (2004): *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. Madrid, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Neuman, Russell; Guggenheim, Lauren; Jang, S Mo; and Bae, Soo Young (2014): "The dynamics of public attention: Agenda-setting theory meets big data". *Journal of Communication*, 64 (2), 193-214.
- Shaw, Donald & McCombs, Maxwell (1977): *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press*. West Group.
- Shoemaker, Pamela & Reese, Stephen (2016): "A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model". *Mass Communication and Society*, 19 (4), 389-410.
- Tomlinson, Isobel (2016): "The discovery of ash dieback in the UK: the making of a focusing event". *Environmental Politics*, 25 (4), 709-728.
- Valenzuela, Sebastián y Correa, Teresa (2006): "Prensa y candidatos presidenciales 2005: Así los mostramos, así los miraron". *Cuadernos de Información*, 13 (19), 89-96.
- Vargo, Chris & Guo, Lei (2017): "Networks, Big Data, and Intermedia Agenda Setting: An Analysis of Traditional, Partisan, and Emerging Online US News". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94 (4), 1031-1055.
- Warnement, Megan (2015): "Defining, Explaining and Testing the Role of Focusing Events in Policy Change: Using the Multiple Streams Framework". *Second International Conference on Public Policy*, Milan, Italy, July 2015.

Xu, Yu & Jin, Jianbin (2017): “The Hierarchy of Influences on Professional Role Perceptions Among Chinese Online Journalists: A multilevel analysis”. *Digital Journalism*, 5 (2), 194-212.

Viviana Muñiz Zúñiga es Licenciada en Periodismo y Doctoranda en Ciencias de la Comunicación. Es profesora de la Universidad de Oriente desde el año 2013. Investiga los procesos de construcción y establecimiento de las agendas en Cuba y la relación entre las agendas política, mediática y pública. Ha publicado sus trabajos investigativos en revistas especializadas en Comunicación, como *Signo y Pensamiento*, *Razón y Palabra*, *Comunicación y Sociedad* (México), *Chasqui*, *Vivat Academia*, entre otras.